

**PENGARUH SERVICE RECOVERY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
CUCIAN MOBIL DI KOTA JAMBI  
(THE EFFECT OF SERVICE RECOVERY ON CAR WASH CUSTOMER  
SATISFACTION IN JAMBI CITY)**

**Sanwani**

*Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Mendalo, Jambi, Indonesia, email*

**ABSTRACT**

*This study aim is to reveal the influence of service recovery that consist of procedural justice, interactional justice, distributive justice on customer loyalty of car was customer satisfaction. This study used survey research that used questionnaire to collect primary data. Statistical analysis used multiple linear regression analysis. The results showed that the service recovery effect simultaneously on customer loyalty, while partially only interactional justice influence customer loyalty significantly. Hence, it is recommended that firms encourage employees to keep sustain relationship that ensure interaction with customers.*

**Keywords:** *Customer Loyalty , Distributive Justice, Interactional Justice, Procedural Justice, and Service Recovery*

Email Koresponden : [sanwani94@yahoo.com](mailto:sanwani94@yahoo.com)

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Sektor perekonomian jasa telah mengalami perkembangan pasar yang berarti diseluruh dunia. Hal ini terlihat dari kontribusi sektor jasa terhadap perekonomian dunia yang kini telah mendominasi sekitar dua pertiganya. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa dimulai dari jasa sarana komunikasi, pendidikan dan ilmu pengetahuan, politik, dunia kerja dan sarana perkantoran, rumah tangga, kesehatan, hiburan, pertelevisian, entertainment hingga kebutuhan asesoris dan pernik-pernik kehidupan mengalami perkembangan yang cukup baik.

Seiring bisnis jasa yang semakin berkembang, kebutuhan akan tenaga kerja juga semakin meningkat. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat adalah salah satu hal yang mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat. Apabila kesejahteraan masyarakat meningkat, keadaan konsumsi barang-barang mulai dari kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan perumahan juga akan meningkat. Kemudian kesejahteraan masyarakat juga dapat mempengaruhi konsumsi masyarakat akan barang selain dari kebutuhan dasar. Konsumsi barang lain tersebut adalah permintaan akan kendaraan pribadi seperti mobil.

Di kota Jambi khususnya permintaan akan mobil sudah tumbuh pesat dikalangan masyarakat. Pertumbuhan jumlah kendaraan roda empat atau mobil dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Pertumbuhan Kendaraan Roda Empat (Mobil) di Kota Jambi 2012-2015

No	Tahun	Jumlah	Pertumbuhan (%)
1	2012	42.809	
2	2013	67.562	57.81
3	2014	90.481	33.92
4	2015(September)	97.967	8.27
	<b>Jumlah</b>	298.819	100
	<b>Rata-rata</b>	74.70	0.33

*Sumber: Samsat Kota Jambi*

Terjadinya pertumbuhan kendaraan roda empat merupakan salah satu keuntungan bagi pelaku bisnis yang bergerak di bidang jasa seperti jasa cucian mobil. Sebagai salah satu bisnis menjanjikan maka tidak akan lepas dari persaingan sesama pebisnis jasa cucian. Akibatnya yang harus dilakukan setiap perusahaan yaitu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kepuasan pelanggan dinyatakan sebagai tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli, Kotler, P., (2008). Kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Rendahnya kualitas tentu akan menyebabkan kerugian kompetitif dan membuat pindahnya pelanggan yang tidak puas. Selain itu ketidakpuasan pelanggan akan menyebabkan sebuah keluhan pelanggan kepada pihak perusahaan. Keluhan merupakan suatu pernyataan resmi tentang ketidakpuasan dengan setiap aspek suatu pengalaman jasa, ( Lovelock, C., 2007).

Kegagalan pelayanan tidak mungkin dapat dieliminasi dengan sempurna oleh perusahaan penyedia jasa, perlu adanya pemulihan layanan setelah terjadinya kegagalan khususnya mengenai bagaimana dampak dari strategi tersebut terhadap reaksi pelanggan setelah dilakukan pemulihannya pelayanan. Pemulihan pelayanan menunjuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan jasa, Baghetstan *et al.* (2012). Menurut Lovelock., C., (2007) pemulihan pelayanan memainkan peran yang penting dalam mencapai atau mengembalikan kepuasan pelanggan. Selain itu apabila *service recovery* yang diterapkan perusahaan dilakukan dengan baik dan efektif maka akan membuat perusahaan mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Menurut Tjiptono, F. (2007) yang menyatakan bahwa pemulihan pelayanan merupakan salah satu determinasi signifikan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama secara teratur, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat dari badan usaha, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing, Griffin (2005). Adapun penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nursyamsiah Oryza dan Dian Virgostin (2011), dalam jurnalnya yang berjudul “*Pengaruh Service Recovery Terhadap Loyalitas Yang dimediasi Kepuasan Pelanggan*”, yang bertujuan menguji sejauh mana pengaruh pemulihan pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sekaligus melihat apakah kepuasan pelanggan merupakan variable yang memediasi antara pemulihan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian inilah yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian yang sama dengan obyek yang berbeda. Untuk mengetahui fenomena yang diutarakan melalui keluhan pelanggan tersebut, peneliti mencoba mengkaji dari dimensi Pemulihan Pelayanan atau Pemulihan pelayanan yang diterapkan perusahaan terhadap loyalitas pelanggan

dengan judul “Pengaruh Pemulihan Pelayanan (*Service Recovery*) terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Cuci Mobil di kota Jambi”.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pokok masalah yang diangkat pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah pemulihan pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cuci mobil di kota Jambi?
2. Dimensi mana dari pemulihan pelayanan (*procedural justice, interactional justice, distributive justice*) berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan?

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Pemulihan Pelayanan

Zemke dan Bell dalam Sandy Erhans (2013) menyebutkan bahwa pemulihan pelayanan merupakan suatu hasil pemikiran, rencana, dan proses untuk menebus kekecewaan pelanggan menjadi puas terhadap organisasi setelah pelayanan yang diberikan mengalami masalah (kegagalan). Sedangkan menurut Lovelock, C., (2007) pemulihan pelayanan adalah upaya sistematis oleh perusahaan setelah kegagalan jasa untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik pelanggan.

Prinsip-prinsip pemulihan sistem layanan yang efektif dikemukakan Lovelock, C., (2010) adalah (1) memudahkan pelanggan untuk memberikan masukan (2), memungkinkan pemulihan pelayanan yang efektif, (3) menetapkan tingkat kompensasi yang sesuai. Menurut Zemke and Bell dalam Alma (2005) bahwa *pemulihan pelayanan* secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok, yaitu:

1. *Procedural justice*, yaitu atribut yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan keluhan sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. *Procedural justice* meliputi *process control, decision control, accessibility, timing/speed, dan flexibility*. Sementara menurut Gilliland dalam Nurhayati & Maria (2010) dimensi dari *procedural justice* yaitu: pengendalian proses, pengendalian keputusan, kemudahan akses, waktu/kecepatan, dan fleksibilitas.
2. *Interactional justice*, yaitu menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan respon yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen jika terjadi kesalahan didalam memberikan layanan. Semakin baik respon yang diberikan perusahaan terhadap layanan, maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Terdapat 5 indikator *interactional justice*, yaitu: *explanation/causal account* (penjelasan), *honesty* (kejujuran/keterbukaan), *politeness* (kesopanan), usaha dan empati. (Gilliland, 1993) dalam jurnal Nurhayati & Maria (2010).
3. *Distributive Justice*, yaitu atribut yang memfokuskan pada hasil dan penyelesaian *pemulihan pelayanan*, misalnya usaha apa yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan ketika perusahaan melakukan kesalahan, meskipun perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar sebagai pengganti kerugian. *Distributive justice* dapat diwujudkan dengan memberi kompensasi kepada pelanggan, misalnya dengan memberi *discount, coupon, refunds, free gift*, dan sebagainya. Menurut (Gilliland, 1993) dalam jurnal Nurhayati & Maria (2010) bentuk *justice* ini dapat berupa kompensasi dalam bentuk diskon, kupon atau voucher, pengembalian dana, *free gift*, penggantian produk, permintaan maaf.

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin (2005) loyalitas adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama secara teratur, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat dari badan usaha, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing. Sementara Auh (2005) dalam Sudarti dan Atika (2012), mengatakan bahwa loyalitas dapat berupa kesediaan untuk melakukan pembelian ulang dan tetap bersedia melakukan pembelian ulang meskipun dengan adanya kenaikan harga.

### **Hipotesis**

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak didapat pengaruh pemulihan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di Kota Jambi

$H_1$ : Didapat pengaruh pemulihan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di Kota Jambi.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah semua pelanggan jasa cucian mobil di kota Jambi yaitu cucian CV. Ira, CV. Seika, Star Car Wash. Dengan sampel sebanyak 99 orang dan sampel tersebut didistribusikan pada setiap cucian menggunakan *Proportional Random Sampling*.

#### **Kebutuhan Data**

Data primer; Data diperoleh dari pelanggan melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh pelanggan. Data sekunder adalah data yang tersedia dilokasi penelitian, dari literatur, buku, internet, serta pihak-pihak tempat peneliti mencari data yang menunjang keberhasilan penelitian ini.

#### **Analisis Data**

Metode analisis penelitian ini adalah dengan metode deskriptif. Dimana desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Analisis data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian pada penafsiran.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum melakukan uji Hipotesis, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan hasil koefisien alpha masing-masing variabel yang diteliti adalah; 0.753; 0.777; 0.792; dan untuk variabel dependennya adalah 0.771. berdasarkan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan memiliki korelasi yang lebih besar dari 0.3 dan koefisien reliabilitas (Alpha Cronbach) lebih besar dari 0.7 yaitu 0.771. dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pertanyaan pada variabel independen dan dependen valid dan reliabel.

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.037	2.583		1.563	.121
	X <sub>1</sub>	.153	.126	.132	1.219	.226
	X <sub>2</sub>	.252	.107	.260	2.359	.020
	X <sub>3</sub>	.132	.074	.174	1.788	.077

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standarized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut

$$Y = 4.037 + 0.153X_1 + 0.252X_2 + 0.132X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4.037 menunjukkan bahwa, jika tidak ada pengaruh variabel independen yaitu *Procedural Justice*, *Interactional Justice*, *Distributive Justice* maka secara konstan nilai Loyalitas Pelanggan akan tetap 4.037.
2. Koefisien regresi variabel *procedural justice* (X<sub>1</sub>) sebesar 0.153 dan bertanda positif menunjukkan bahwa variabel *Procedural Justice* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, artinya setiap terjadi peningkatan variabel *Procedural Justice* sebesar satu satuan maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0.153. Tapi karena variabel *Procedural Justice* (X<sub>1</sub>) Tidak signifikan maka variabel ini dianggap tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Y.
3. Koefisien Regresi variabel *Interactional Justice* (X<sub>2</sub>) sebesar 0.252 dan bertanda positif menunjukkan bahwa variabel *Interactional Justice* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, artinya setiap terjadi peningkatan variabel *Interactional Justice* sebesar satu satuan maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat 0.252.
4. Koefisien Regresi variabel *Distributive Justice* (X<sub>3</sub>) sebesar 0.132 dan bertanda positif menunjukkan bahwa variabel *Distributive Justice* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, artinya setiap terjadi peningkatan variabel *Distributive Justice* sebesar satu satuan maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat 0.132. Tapi karena variabel *Distributive Justice* (X<sub>2</sub>) Tidak signifikan maka variabel ini dianggap tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Y.

Untuk melihat pengaruh *pemulihan pelayanan*, dilakukan analisis regresi linier berganda agar dapat dijelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian menggunakan SPSS, diketahui hasil pengujian simultan dan parsial sebagaimana berikut:

#### Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruhsub variabel dari *Pemulihan pelayanan* terhadap loyalitas pelanggan secara menyeluruh, sebagaimana pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Uji Simultan pengaruh *pemulihan pelayanan* terhadap loyalitas

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.466	3	22.489	7.335	.000 <sup>b</sup>
	Residual	291.261	95	3.066		
	Total	358.727	98			

a. Dependent Variable: y  
b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

**Sumber :** Data primer yang diolah, 2016

Sebagaimana dilihat pada tabel 2, nilai nilai  $F_{hitung}$  pada tingkat kepercayaan 5% adalah sebesar 7.335 dengan probabilitas 0.000. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Dan dinyatakan bahwa sub variabel dari *pemulihan pelayanan* yaitu *procedural justice*, *interactional justice*, dan *distributive justice* memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di Kota Jambi.

### Uji t

Tabel 3 Uji t digunakan untuk melihat pengaruh sub variabel dari *Pemulihan pelayanan* terhadap loyalitas pelanggan secara parsial, sebagaimana pada tabel 3.

		Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	4.037	2.583		1.563
	x1	.153	.126	.132	1.219
	x2	.252	.107	.260	2.359
	x3	.132	.074	.174	1.788

a. Dependent Variable: y

**Sumber :** Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 3 pengujian secara parsial sebagai berikut penjelasannya:

1. Pengaruh *procedural justice* terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa *procedural justice* menghasilkan nilai t sebesar 1.219 variabel ini memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.226 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0.05 variabel ini termasuk tidak signifikan karena lebih besar dari nilai kesalahan. Artinya  $H_0$  diterima yang berarti *procedural justice* tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di kota Jambi.

2. Pengaruh *interactional justice* terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa *interactional justice* menghasilkan nilai t sebesar 2.359 variabel ini memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.020 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0.05 variabel ini termasuk signifikan karena lebih kecil dari nilai kesalahan. Artinya  $H_0$  ditolak yang berarti *interactional justice* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di kota Jambi.

3. Pengaruh *distributive justice* terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa *distributive justice* menghasilkan nilai t sebesar 1.788 variabel ini memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.077 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0.05 variabel ini termasuk

tidak signifikan karena lebih besar dari nilai kesalahan. Artinya  $H_0$  diterima yang berarti *distributive justice* tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di Kota Jambi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan, Variabel *Pemulihan pelayanan* yang terdiri dari (*Procedural Justice*, *Interactional Justice*, *Distributive Justice*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa cucian mobil di kota Jambi secara simultan. Berbagai bentuk keluhan pelanggan yang dihadapi memacu pihak cucian untuk terus memberikan pemulihan-pemulihan disetiap terjadi kesalahan. Bentuk dari *Pemulihan pelayanan* atau pemulihan pelayanan pada jasa cucian mobil adalah ketika terjadi keluhan dari pelanggan atas kesalahan karyawan baik sengaja maupun tidak disengaja, mereka (pihak cucian) menerima atau mengakui kesalahan yang telah terjadi, selanjutnya mencari solusi terbaik agar pelanggan dapat menerima solusi tersebut, dan terakhir pelanggan diberikan tindakan berupa kompensasi yang membuat pelanggan merasa tersanjung dan tidak kecewa. Hasil penelitian diuji secara parsial dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Prosedural justice* tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. dengan demikian proses pengendalian dan penanganan terhadap keluhan yang dilakukan oleh perusahaan belum mampu memberikan loyalitas terhadap pelanggan.
2. *Interactional justice* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, hal ini membuktikan bahwa perusahaan mampu memberikan respon yang baik terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Semakin meningkat penanganan terhadap *Interactional justice* yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin meningkat pula loyalitas pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan
3. *Distributive justice* tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penyelesaian dari komplain terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan belum mampu memberikan loyalitas kepada pelanggan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka penulis akan mencoba untuk memberikan saran bagi pihak jasa cucian mobil:

1. Strategi *Pemulihan pelayanan* yang efektif perlu untuk diterapkan setiap perusahaan, karena *Pemulihan pelayanan* adalah suatu cara untuk mengembalikan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dalam cakupan variabel lain yang berbeda serta lokasi penelitian yang berbeda.

## Daftar Pustaka

- Baghestan, *et al.*, (2012). The Impact of Service recovery on Customer Satisfaction: Case of Iran. *Archives Des Scienses*. 65(11): 506-514
- Buchari, A., (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta
- Griffin, J., (2005). *Customer Loyalty* Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., *et al.*, (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta, Erlangga

- Nurhayati dan Maria (2010). Pengaruh Service Recovery Pada Kepuasan Pelanggan: studi Kasus AUTO2000 Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 6(1): 22–42
- Siti dan Oryza. (2011). Pengaruh Service Recovery Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 2(2): 136- 147.
- Sudarti dan Iva. (2012). Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Dan Service Recovery. *Jurnal Marketing*. 19: 93-109.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.